

第三方支付平台营销策略及其影响研究 ——以支付宝为例

宋旭烨,金雪玉,黄铭茵
(江苏大学,江苏 镇江 212013)

摘要:在我国经济转型之际,支付行业迎来了发展契机,面对广阔的发展前景,第三方支付商业版图日益扩张,产业集聚效应日渐明显,平台传统的支付业务盈利空间越来越小,不同的营销策略与理财业务应运而生。对于第三方支付平台营销策略的评估就显得尤为重要,平台的持续健康发展,不仅关系到公民财产安全,更关系到我国的金融市场稳定。本文以支付宝平台为例,探究平台营销策略对不同主体产生的影响。

关键词:第三方支付;支付宝;营销策略

1 支付宝的营销策略简介

1.1 投资理财类

入驻淘宝理财的理财机构有保险、基金、银行等,提供包括基金产品、保险理财产品以及银行理财等丰富多样的理财品种。从筛选理财产品、购买交易以及后续管理,均可在平台上完成。其中余额宝以额度较大、支付成功率非常高,资金放入余额宝还能获得可视化的理财收益等优点受众最广。

投资理财业务支付宝进行了浮框广告、贴现红包(仅限购买基金理财时抵扣)、基金股票课堂等营销策略进行推广。

1.2 支付补贴类

支付宝自2014年推出支付宝红包后,不断更新形式,扫码赚红包赚赏金活动,“十五天到店付瓜分15亿红包”活动及每年“新春集五福”等活动吸引了大量用户的参与。形式主要以满足一定支付天数、支付金额从而返现或进行消费补贴。其中持续时间最长,参与人数最多的是扫码领红包活动。

用户主要通过扫活动邀请码参与,被邀请用户领取并使用红包后,发出邀请的用户可以获得一笔赏金,而使用红包的用户在消费时获得金额减免。

首先,这一红包的获得和使用相对简单,扫一扫或者输入红包码就可得到数额不等的红包。而邀请人只要复制红包链接或图片,再通过社交平台或张贴于支付场景进行分享。参与和互动的便利使得支付宝红包业务迅速扩展起来。

其次,用户可持续获得支付上的减免也成为这一活动长期较受欢迎的原因,即每日参与都可获得补贴。活动开展具有明显的周期性,用户们在每日周而复始地领取赏金后,潜移默化地形成了一种习惯。

1.3 借贷服务

支付宝平台推出了花呗、借呗和备用金等借贷服务,以花呗为例。“蚂蚁花呗”用户开通后可以采取“先消费,后付款”的透支消费模式。

蚂蚁花呗服务具有申请门槛低、操作简单、使用场景多、免息期较长的特点。申请蚂蚁花呗不需要像信用卡一样要求客户提供信用记录、收入水平等证明,只需要拥有支付宝账号,芝麻信用分达到600以上,通过身份验证后即可开通。并对接了诸多消费平台,如淘宝、天猫、亚马逊、美团等进行购物时,可以使用蚂蚁花呗直接付款,且目前线下的消费场景也逐渐普及,只需在付款结算顺序中将花呗

置顶,每次花呗支付便和普通支付操作相同。金额积累至下月统一还款,期间不产生费用,逾期以日计息。蚂蚁花呗会根据消费者的网购情况、支付习惯、信用风险等综合考虑,通过大数据的运算,结合风控模型,授予用户500-50000元不等的消费额度,由于蚂蚁花呗客户在平台的支付等相关行为是动态的,所以相应的额度也在变化,当用户在一定周期内行为良好,满足提额政策,其相应的额度则可能提升。

该业务支付宝的营销策略偏向于淘宝支付选项的吸引,以及浮框诱导用户开通花呗服务。

为了推广花呗,支付宝平台时常会选择将支付补贴活动与花呗支付捆绑,即使用花呗才能参加活动,按照使用频率和金额进行奖励,进一步推广了花呗支付。

2 不同业务产生的影响

2.1 余额宝及保险基金等理财业务的影响

对于投资者来说,不仅拓展了其投资渠道,还增加了收益。有利于投资者的投资多元化,形成资产组合,从而降低金融风险。

对于平台来说,可以吸引不同投资偏好客户资金,但盲目地推广业务,也会吸引不具备相应投资能力的用户,一旦产生亏损,便会对平台产生不信任的情感,从而不利于长期发展。

对于社会来说,有利于储蓄向投资的转化,扩大国内投资、消费需求,从而促进经济增长。社会金融风险由更多的金融产品承担。降低社会系统性风险。

2.2 形式多样的补贴活动的影响

对于用户而言,日常的补贴促成消费习惯,有利于消费行为的稳定性。但各种消费补贴和业务引流频出,使非必需品消费增加。虽减免有助于当前消费,但不利于长期消费,也增加了消费者信息甄别的难度。最终使投资者承担了不必要的风险。

对于平台而言,有利于稳定客户群,增加客户粘性。同时有助于产品多样化发展,因为参与相关活动附有不同的限定条件,从而形成“捆绑销售”式的产品推广,实现用户在平台所选择的业务增加。对于社会而言,有助于持续稳定地增加整个社会的消费总额,有助于稳定社会总需求,推动经济增长。

2.3 以花呗为首的借贷服务的影响

对于消费者和平台而言,可以刺激消费扩大投资,但也会形成盲目消费和产品浪费。同时基于信贷服务,使消费者信用活动增加,一旦不能按时还款,便会形成逾期记录,从而形成不良记录。大量消

费者逾期,影响平台安全运营,增加平台风险。

对于社会而言,增加了整个社会的信贷规模和信用总额,形成泡沫,进而推动价格上升,形成通货膨胀。大量预期行为也会使整个社会系统性风险加大。

对国家而言,会加剧银行体系资金脱媒,加重国家新型产业资金支持不足,从而缺乏对实体经济的资金支持,不利于国家产业结构调整。

3 对不同群体的影响

在问卷调查中,各项业务的参与程度与年龄显著相关,大学生及刚毕业的人使用频率最高,在余额宝和花呗两项业务中尤为明显,年轻人储蓄习惯的改变与接受也较容易,并会逐渐影响父母一辈的支付习惯。

投资理财及保险业务与收入水平(含生活费)关联密切,2000-4000元为参与的主要群体,而4000元以上群体更习惯于在其他平台参与各类理财产品的投资,该部分群体更看重平台的专业性和操作的简易性。

在支付补贴活动中,参与程度主要以性别作为划分。完成扫码、邀请好友或连续支付天数等相关要求才能获得赏金的的活动参与群体以女性为主。

综上,余额宝和花呗等基础业务参与人数多且用户粘性大,而以红包补贴为代表的相关活动促进了用户参与保险、基金、到店支付等其他消费投资选择,而用户更看重减免,减免额度降低会直接影响用户的参与程度。

4 结束语

在我国经济转型之际,支付行业迎来了发展契机,面对广阔的发展前景,其商业版图日益扩张,产业集聚效应日渐明显,在国家的监管引导下,如何持续健康发展,不仅关系到公民财产安全,更关系到我国的金融市场稳定。

对于第三方支付平台营销策略的评估就显得尤为重要,其现金贴现是否真正能增加客户粘度、优惠力度是否在吸引用户的同时保证不亏本、推荐新用户赏金机制是否得当等都将关系到平台的未来。

在第三方支付平台竞争日益激烈的今天,用户对平台及平台内部业务的选择都体现着其不同的需求,平台如何满足这些需求,以及用户如何找到适合自己的业务都是现在第三方支付发展所要面临的问题。

参考文献

- [1]黄萍.我国第三方支付发展现状及未来趋势探究——以支付宝为例[J].北方经贸,2019(03):114-115.
- [2]张家瑞.网络营销在电子商务领域中的应用研究——基于支付宝网络营销案例[J].现代营销(信息版),2019(03):206.
- [3]孙一凡.消费金融创新对消费者行为的影响——以“花呗”为例[J].商场现代化,2019(03):123-124.
- [4]史振厚,邱靖涵,白占俊.支付宝“病毒式”红包营销策略研究[J].经济研究导刊,2018(20):109-110+123.

作者简介:宋旭辉(1999,02-),女,汉族,内蒙古巴彦淖尔人,江苏大学本科在读,金融学方向。